Commercialisation directe des produits de la ferme en Ontario — Document d'introduction

D. Collins

Fichetechnique

COMMANDE N° 11-012 AGDEX 846 FÉVRIER 2011

INTRODUCTION

La commercialisation directe des produits de la ferme nécessite une bien plus grande participation à la commercialisation et à la vente de produits à l'utilisateur final, c'est-à-dire le client, que l'agriculture conventionnelle de production primaire. Contrairement aux méthodes traditionnelles de vente des produits, comme la vente en gros au marché, la commercialisation directe des produits de la ferme permet au producteur d'exercer un plus grand contrôle sur la production et la vente d'un produit, et lui donne la possibilité d'être un fixeur de prix plutôt qu'un preneur de prix.

FORMES DE COMMERCIALISATION DIRECTE

Les producteurs qui décident de commercialiser directement leurs produits peuvent choisir le genre d'activité qu'ils souhaitent poursuivre, compte tenu de leurs produits, de leurs compétences et de l'accès qu'ils ont au marché.

Les formes de commercialisation directe les plus répandues comprennent :

- les activités à la ferme, comme les étalages routiers, les marchés et boutiques à la ferme, les programmes d'autocueillette et l'agriculture soutenue par la communauté (ASC);
- les activités hors de la ferme, dont la vente à l'un ou à plusieurs des nombreux marchés de producteurs, la vente par Internet au moyen de commandes postales et la livraison directe aux boutiques spécialisées et aux restaurants.

Activités à la ferme

Étalages routiers : Cette forme de commercialisation directe nécessite peu d'investissements, et peut être simple, p. ex., voiturette au bord du chemin, ou élaborée, p. ex., petite cabane aménagée à l'extrémité de votre cour.

Marché ou boutique à la ferme : Il peut s'agir d'un magasin saisonnier ou ouvert toute l'année qui offre aux consommateurs une solution de rechange au supermarché. Sa réussite dépend souvent des produits, d'une étude minutieuse du marché local et de la recherche de moyens d'assurer la loyauté des clients.

Autocueillette : Les fermes d'autocueillette étaient très populaires dans les années 1970; celles qui restent sont uniques et différentes. Beaucoup offrent maintenant des programmes de divertissement informatif ou d'agrotourisme à de petits groupes scolaires et aux familles ou encore ont trouvé des marchés spécialisés à exploiter comme les pique-niques d'entreprise, les sociétés cinématographiques, etc. Pour de plus amples renseignements sur l'agrotourisme et les programmes de divertissement informatif, consultez le site Web du MAAARO.

Agriculture soutenue par la communauté (ASC) : Dans sa forme de base, l'ASC désigne un groupe de personnes qui s'engagent à soutenir une exploitation agricole pour que la ferme devienne, légalement ou spirituellement, propriété de la communauté, les producteurs et les consommateurs se soutenant mutuellement et partageant les risques et les avantages de la production agricole. Les membres ou les actionnaires de la ferme ou du jardin s'engagent d'avance à assumer les coûts prévus de la ferme et le salaire des agriculteurs, en échange de quoi ils reçoivent des parts dans les bénéfices de la ferme pendant toute la période de végétation en plus de la satisfaction qu'ils retirent de se reconnecter à la terre. Les membres partagent également les risques, y compris les mauvaises récoltes attribuables aux conditions météorologiques inclémentes ou aux ennemis des cultures[1].

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales

Ontario

Activités hors de la ferme

Marchés de producteurs : Il y a plus de 200 marchés de producteurs en Ontario. Ils sont redevenus populaires et sont considérés comme un événement communautaire. Les producteurs doivent s'engager à être présents toute la saison. Les marchés de producteurs offrent la variété que recherchent les consommateurs. Un service à la clientèle de qualité contribue à bâtir la loyauté des clients qui reviendront s'approvisionner à votre étal chaque semaine.

Livraison à des restaurants ou des boutiques spécialisées : Cette activité demande de la recherche et de l'engagement, mais elle permet aux producteurs de mettre leurs produits en vedette. Elle favorise également les produits nationaux et locaux dans des endroits comme les épiceries, les restaurants, les événements locaux et les attractions.

Commandes directes en ligne et par Internet : Les commandes directes en ligne et par Internet sont de plus en plus utilisées. Elles nécessitent une recherche-développement préliminaire. Elles peuvent contribuer à bâtir la loyauté des clients à l'égard de vos produits, et ne sont pas limitées dans le temps, l'espace ou la géographie. La commercialisation ciblée est généralement la plus efficace.

La participation à ces activités demande une mentalité de marketing et la volonté d'établir de solides relations avec les consommateurs qui veulent acheter directement d'un producteur.

Vous devez d'abord comprendre le marché et les compétences nécessaires pour lancer et maintenir une entreprise de commercialisation directe de vos produits. Commencez par vous poser les questions suivantes :

- Est-ce que les consommateurs seraient intéressés à acheter mes produits par un réseau de commercialisation directe de produits agricoles?
- Les membres de ma famille et mes employés sont-ils intéressés à avoir un contact direct avec les consommateurs à la ferme?
- Ma ferme est-elle située près d'un marché assez grand pour soutenir mes activités de commercialisation directe?
- Est-ce que je sais quel genre de consommateurs je dois cibler pour mes activités de commercialisation directe?
- Quels règles et règlements municipaux et locaux s'appliquent lorsque ma ferme passe de la production à la commercialisation directe?
- Quelles stratégies de service à la clientèle puis-je utiliser pour bâtir la loyauté de mes clients?
- Est-ce que j'ai des intérêts et des compétences dans le domaine de la commercialisation au détail ou de l'étalage et de la mise en vitrine des produits?
- Comment rendre mon point de vente attrayant et que dois-je faire pour le stationnement et d'autres besoins en matière d'infrastructure, comme les salles de bain publiques?
- Comment créer une image par des affiches, une combinaison de produits et l'aménagement paysager? À quoi mon image devrait-elle ressembler?
- Quel est mon plan de gestion du risque et le plan connexe de déclaration des incidents pour faire face aux imprévus, comme des blessures, un incendie, des dommages causés aux produits ou le vol de ceux-ci?
- Est-ce que je comprends l'importance d'élaborer un plan d'affaires global pour m'assurer que j'ai pris en considération les aspects financiers, les questions liées aux ressources humaines, la responsabilité sociale, la production et le fonctionnement, la commercialisation, la planification de la relève, etc.? (Les différentes étapes à suivre sont expliquées dans la fiche technique *Établissement de plans d'exploitation* accessible sur le site web du MAARO.)

OCCASIONS D'AFFAIRES ACTUELLES — EXISTE-T-IL UN MARCHÉ POUR LA VENTE DIRECTE DE MON PRODUIT OU SERVICE?

Dans le marché d'aujourd'hui, concurrentiel et axé sur les consommateurs, vous devez comprendre ce qui est recherché sur le marché plutôt que ce vous devriez cultiver ou produire pour faire de l'argent. Apprenez à faire la différence entre ce qui est une tendance passagère et ce qui sera un produit ou un service durable. Compte tenu de l'intérêt récent des consommateurs à l'égard des produits locaux, les agriculteurs qui exploitent actuellement une entreprise de vente directe à la ferme, ou qui songent à lancer une telle entreprise, peuvent en profiter grandement en exploitant la bonne base de consommateurs. Élaborez un plan de commercialisation qui comprendra une étude et une analyse du marché. Vous trouverez des renseignements sur l'élaboration d'un plan de commercialisation sur le site web du MAARO.

VENTE DIRECTE À LA FERME — CONNAISSEZ LES RÈGLEMENTS

La commercialisation directe des produits agricoles transcende la production primaire et la commercialisation en gros, et est souvent appelée « agriculture à valeur ajoutée ». Avant d'investir dans

une entreprise de commercialisation directe, apprenez à reconnaître les meilleures pratiques de gestion ainsi que les règles et règlements que vous devrez observer.

Parmi les principaux facteurs qui peuvent avoir un effet sur une entreprise de commercialisation directe des produits agricoles, on retrouve ce qui suit :

Impôts

Le fait de passer d'une agriculture de production primaire à des activités ou des utilisations secondaires à la ferme, comme la vente au détail ou les utilisations commerciales ou industrielles, peut se traduire par une évaluation différente de la Société d'évaluation foncière des municipalités (MPAC).

Règlements municipaux et règlements de zonage

Le service d'aménagement du territoire de chaque municipalité ou canton administre les règlements de zonage municipaux. Collaborez avec les représentants de ce service et vos élus municipaux pour comprendre quelles sont les utilisations secondaires autorisées dans votre secteur.

Affichage

Les affiches directionnelles et autres annonçant votre entreprise sont importantes, mais assurez-vous de comprendre les règlements municipaux touchant l'affichage dans votre canton, votre comté ou votre municipalité ainsi que les permis requis et les règlements régissant l'affichage et les activités commerciales le long des autoroutes provinciales. Le programme Tourism-Oriented Directional Signing (TODS) offert par l'entremise des ministères du Tourisme et des Transports permet aux entreprises touristiques admissibles de placer leurs affiches le long des routes provinciales.

Santé publique

Si le public visite votre ferme ou encore s'il y participe à des activités ou y achète des produits, des exigences locales en matière de santé publique peuvent s'appliquer.

Sécurité des aliments, service et transformation

Les règlements régissant la sécurité des aliments s'appliqueront à votre entreprise si le service ou la transformation des aliments se fait à la ferme, p. ex., service d'aliments dans une aire de restauration ou vente de marinades, de confitures ou d'autres produits préparés à la ferme. Les règlements peuvent différer d'une région à l'autre.

Brevets, marques de commerce, droit d'auteur

Dans certains cas, vous voudrez protéger le produit ou le service à valeur ajoutée que vous avez conçu pour en assurer le succès sur le marché et tenir la compétition à distance. Enregistrez votre produit et vérifiez quelles options conviennent le mieux en matière de propriété intellectuelle, y compris les marques de commerce, les brevets et le droit d'auteur.

Ressources humaines

La taille de votre entreprise à valeur ajoutée nécessitera peut-être du personnel. Dans ce cas, vous devez respecter les normes et les règlements d'emploi provinciaux et nationaux.

Règlements sur la commercialisation

Respectez les règlements régissant la commercialisation lorsque vous commercialisez des produits agroalimentaires de l'Ontario, tant sur les marchés intérieurs que sur les marchés étrangers.

CONCLUSION

La création et l'exploitation d'une entreprise de commercialisation directe de produits de la ferme en Ontario peuvent être valorisantes pour vous et vos clients. La confiance et l'intérêt dans les produits agricoles et locaux ne sont pas une tendance passagère, et ceux qui investissent le temps et l'énergie en récolteront les fruits.

RESSOURCES

Abonnez-vous au *Bulletin sur la gestion des exploitations agricoles* du MAAARO à www.omafra.gov.on.ca/french/busdev/agbusdev.html

Au-delà de l'agriculture de production – Trousse d'information pour les entreprises – Bienvenue www.omafra.gov.on.ca/french/busdev/agbusdev.html

Fiches techniques du MAAARO

Mise sur pied d'une entreprise agritouristique en Ontario, commande n° 10-028

Établissement de plans d'exploitation, commande n° 08-052

Élaboration d'un plan de commercialisation, commande n° 10-030

NOTE

[1] Département d'agriculture des États-Unis, *Community Supported Agriculture*, avril 2010.

Cette fiche technique a été élaborée par M^me^ Dorene Collins, chargée de programme, commercialisation et services à la clientèle, MAAARO, Guelph.

Centre d'information agricole :
1 877 424-1300
Courriel : ag.info.omafra@ontario.ca
Bureau régional du Nord de l'Ontario :
1 800 461-6132

www.ontario.ca/maaaro

POD
ISSN 1198-7138
Also available in English
(Order No. 11-011)